


Załącznik nr 10 Harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji projektu
Harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji Projektu (w zł)

Numer harmonogramu rzeczowo-finansowego w lokalnym systemie informatycznym: 6827

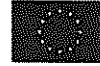
Numer wniosku w lokalnym systemie informatycznym: efr/7443

Wnioskodawca: Stowarzyszenie Wielkie Jeziora Mazurskie 2020

Numer projektu: RPWM.01.04.01-28-0003/17

Tytuł projektu: 7 Cudów Mazur-promocja gospodarza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich

Lp.	Zakres rzeczowy	Kwartał 3 2017r.	Kwartał 4 2017r.	Kwartał 1 2018r.	Kwartał 2 2018r.	Kwartał 3 2018r.	Kwartał 4 2018r.	Kwartał 1 2019r.	Kwartał 2 2019r.	Kwartał 3 2019r.	Kwartał 4 2019r.	Razem
Koszty kwalifikowalne												
1.	Prace przygotowawcze	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.	Koszty pośrednie	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.	Studium wykonalności	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.	Szkolenia (w ramach cross financingu)	0,00	36 000,00	24 000,00	24 000,00	12 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	96 000,00
5.	Kampanie promocyjne/ medialne	100 000,00	547 000,00	117 000,00	2 547 000,00	837 000,00	1 284 000,00	1 232 000,00	670 284,71	107 000,00	284 000,00	7 725 284,71
6.	Kompleksowe oferty inwestycyjne	122 000,00	97 000,00	57 000,00	28 000,00	23 000,00	3 000,00	27 000,00	3 000,00	23 000,00	43 000,00	366 000,00
7.	Systemy informacji gospodarczej	79 000,00	242 500,00	153 500,00	58 500,00	7 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	7 500,00	3 500,00	562 500,00
8.	Organizacja i udział w przedsięwzięciach o charakterze gospodarczym	0,00	250 000,00	0,00	30 000,00	0,00	280 000,00	0,00	0,00	30 000,00	250 000,00	840 000,00
9.	Działania promocyjne	0,00	340 000,00	0,00	230 000,00	230 000,00	340 000,00	0,00	0,00	230 000,00	340 000,00	1 710 000,00
Razem koszty kwalifikowalne		301 000,00	1 452 500,00	351 500,00	2 917 500,00	1 109 500,00	1 910 500,00	1 262 500,00	676 784,71	397 500,00	920 500,00	11 299 764,71
Koszty niekwalifikowalne												
1.	Prace przygotowawcze	46 161,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	46 161,27
2.	Koszty pośrednie	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.	Studium wykonalności	44 142,57	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	44 142,57
4.	Szkolenia (w ramach cross financingu)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Kampanie promocyjne/ medialne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	211 735,29	0,00	0,00	211 735,29
6.	Kompleksowe oferty inwestycyjne	0,00	0,00	2 200,00	0,00	0,00	0,00	2 200,00	0,00	0,00	0,00	4 400,00
7.	Systemy informacji gospodarczej	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8.	Organizacja i udział w przedsięwzięciach o charakterze gospodarczym	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9.	Działania promocyjne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Razem koszty niekwalifikowalne		90 303,84	0,00	2 200,00	0,00	0,00	0,00	2 200,00	211 735,29	0,00	0,00	306 439,13
Razem koszty		391 303,84	1 452 500,00	353 700,00	2 917 500,00	1 109 500,00	1 910 500,00	1 264 700,00	888 500,00	397 500,00	920 500,00	11 606 203,84


Szczegółowy opis zakresu rzeczowego

Nazwa kategorii z pkt 6.1	Liczba sztuk (jeżeli dotyczy)	Kwota wydatków kwalifikowalnych	Kwota wydatków niekwalifikowalnych
Prace przygotowawcze			
Prace przygotowawcze	2,00	0,00	46 161,27
Okres realizacji 03.2016-12.2016. Na koszt zadania składają się następujące elementy: 1. Analiza przedsiębiorstw z obszaru 11 gmin: Węgorzewo, Giżycko, Miasta Giżycko, Miłki, Orzysz, Pisz, Ruciane-Nida, Mikołajki, Mrągowo, Miasto Mrągowo, Ryn mająca na celu określenie ich specyfiki, struktury, potencjału rozwojowego, oraz sprezywanie ich oczekiwań względem przygotowywanego projektu. Analiza przedsiębiorstw WJM data podstawy do opracowania Strategii Marki KWJM oraz działań zaplanowanych w niniejszym wniosku.. Wartość ogółem: 26 916,19 PLN 2. Strategia Marki KWJM. Ekspertyza z zakresu kreowania marki obszaru Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Obejmuje okres 2017-2025 I ma na celu, określić cele strategiczne oraz zakres potencjalnych działań, które będą podejmowane przez stowarzyszenie samorządy zarówno w ramach projektu (wymiar krótkoterminowy), jak również w dłuższej perspektywie czasowej. Wartość ogółem: 19 245,08 PLN Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór dokonano zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych).Wydatki są niekwalifikowane w projekcie i w całości pokryje je Stowarzyszenie (Lider) i Partnerzy projektu.			
Studium wykonalności			
Studium wykonalności projektu	1,00	0,00	44 142,57
Okres realizacji 03.2016-03.2017. Na koszt zadania składają się następujące elementy: 1. Studium wykonalności projektu pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich”. Wartość pozycji: 44 142,57 zł Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór dokonano zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych).Wydatki są niekwalifikowane w projekcie i w całości pokryje je Stowarzyszenie (Lider) i Partnerzy projektu.			
Systemy Informacji gospodarczej			
System Informacji Gospodarczej	6,00	562 500,00	0,00
Okres realizacji 07.2017-12.2019 Zadanie polega na przygotowaniu, utworzeniu oraz systematycznym rozwoju Systemu Informacji Gospodarczej (SIG) pełniącego funkcję kompleksowego rozwiązania w zakresie przyciągania inwestycji oraz promocji produktów eksportowych, KWJM. Zakres zadania obejmuje: 1. Włączenie interesariuszy do opracowania SIG (spotkania konsultacyjne): zakłada się systematyczną współpracę z sektorem biznesu w celu budowania relacji B2A poprzez ich włączenie do systemu projektowania usługi – Systemu Informacji Gospodarczej oraz nawiazanie ścisłej współpracy z krajowymi i regionalnymi instytucjami wspierającymi rozwój biznesu. Zakłada się oparcie procesu utworzenia SIG o kulturę projektową, akcentującą Idee współtworzenia wartości (w tym przypadku współtworzenia Systemu Informacji Gospodarczej) w drodze wspólnej pracy projektowej JST, wykonawcy, przedsiębiorców, inwestorów oraz krajowych i regionalnych instytucji wspierających rozwój biznesu. Zakłada się realizację 5 spotkań konsultacyjnych po 20 uczestników (w tym 5 przedstawicieli przedsiębiorców) z udziałem przedstawicieli JST. Udział przedsiębiorców będzie miał charakter otwarty i nieodpłatny. Wartość pozycji 33 000,00 PLN 2. Zakup atrakcyjnej marketingowo domeny oraz utrzymanie serwera. Wartość pozycji 31 500,00 PLN 3. Opracowanie architektury i struktury, publikacja online systemu informacji gospodarczej, instruktaż w zakresie obsługi systemu przez pracowników samorządowych i Stowarzyszenia – podstawy do realizacji zadania zostaną wypracowane podczas spotkań konsultacyjnych, w związku z czym zakłada się udział wykonawcy narzędzia na spotkaniach. Wartość pozycji 300 000,00 PLN 4. Zakup i publikację w systemie baz danych: terenów inwestycyjnych, atrakcji / produktów turystycznych, bazy /wizytówek zainteresowanych przedsiębiorców, instruktaż w zakresie obsługi zakupionych baz danych. Wartość pozycji 120 000,00 PLN 5. Testowanie SIG przez interesariuszy udostępnienie SIG interesariuszom (sektor biznesu, krajowe i regionalne instytucje wspierające rozwój biznesu) w celu przetestowania Systemu. Wnioski posłużą do udoskonalenia Systemu w zakresie jego intuicyjności oraz zawartości przez Wykonawcę narzędzia. Zakłada się realizację 11 spotkań konsultacyjnych (po 1 w każdej z gmin KWJM) z udziałem wykonawcy narzędzia, przedstawicieli JST, Stowarzyszenia WJM 2020, krajowych i regionalnych instytucji otoczenia biznesu, krajowych organizacji zrzeszających przedsiębiorców. Zakłada się uczestnictwo 10 osób na każdym spotkaniu, w tym 3 przedstawicieli przedsiębiorców. Wartość pozycji 55 000,00 PLN 6. Zakup usługi tłumaczenia treści zawartych w systemie (język: angielski, niemiecki, rosyjski). Wartość pozycji 23 000,00 PLN Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Kompleksowe oferty inwestycyjne			
Mazurski System Obsługi Inwestora i Eksportera	7,00	366 000,00	4 400,00
Okres realizacji 07.2017-12.2019 Celem zadania jest budowa Mazurskiego Systemu Obsługi Inwestora i Eksportera (MSOIE), o nazwie Business In Mazury. Zakres zadania obejmuje: 1. Badanie oczekiwań inwestorów mające na celu ocenę działań promocji gospodarczej prowadzonych obecnie przez samorządy KWJM oraz zdiagnozowanie realnych potrzeb i oczekiwań inwestorów i przedsiębiorców w tym zakresie, do których adresowane będą działania w ramach projektu. Badanie zostało zaplanowane na rozpoczęcie i zakończenie projektu. Badanie przeprowadzone na zakończenie , ma na celu zbadanie czy w wyniku realizacji projektu nastąpiła poprawa w ocenie działań promocji gospodarczej w odbiorze inwestorów. Wartość pozycji 80 000,00 PLN 2. Wykonanie niezależnej ekspertyzy istniejących rozwiązań w zakresie obsługi inwestora i eksportera oraz promocji gospodarczej, w celu zaprojektowania zmian adekwatnych do możliwości i potrzeb w tym zakresie. Celem działania jest skuteczne przygotowanie i wdrożenie Mazurskiego Systemu Obsługi Inwestora i Eksportera (MSOIE) oraz zwiększenie efektywności promocji gospodarczej regionu oraz skutecznego pozyskiwania inwestorów ogólnopolskich i zagranicznych. Wartość pozycji 60 000,00 PLN 3. Spotkania konsultacyjne dla interesariuszy (ich uczestnictwo na zasadzie otwartości i nieodpłatności), mające na celu opracowanie MSOIE (Mazurski System Obsługi Inwestora i Eksportera): Zakłada się realizację 5 spotkań konsultacyjnych po 20 uczestników (w tym 5 przedstawicieli przedsiębiorców).Wartość pozycji 33 000,00 PLN 4. Aranżacja przestrzeni w ramach poszczególnych urzędów przeznaczonych do obsługi inwestora i eksportera (zgodnie z SiW) – zakup elementów aranżacji przestrzeni (rollup, tabliczek informacyjne, wydruk wizytówek, elementy oznaczeniowe wewnętrzne - tablice powitalne typu Welcome Frame oraz tablice informacyjne typu One Frame, elementy oznaczeniowe zewnętrzne - tablice pytonowe i tablice ścienne; dla 11 gmin oraz 1 dla Stowarzyszenia; 12 zestawów + odwzorzenie); w ramach zadania konieczne jest zapewnienie przestrzeni biurowej oznakowanej w wystandaryzowany sposób (zgodnie z SiW). Możliwe będzie wtedy m.in. organizowanie bezpośrednich spotkań przedstawicieli potencjalnych inwestorów oraz dysponentów nieruchomości lub właścicieli firm (w zależności od potrzeb w poszczególnych urzędach lub biurze Stowarzyszenia).Wartość ogółem pozycji 52 4000,00 PLN. Wartość wydatków kwalifikowalnych 48 000,00 PLN. Za niekwalifikowalne uznane zostały wydatki na 1 zestaw aranżacji przestrzeni dla Stowarzyszenia w kwocie 4 400,00 PLN 5. Testowanie MSOIE.W tym celu zakłada się realizację 11 spotkań testujących (po 1 w każdej z gmin KWJM) z udziałem przedstawicieli JST, Stowarzyszenia WJM 2020, krajowych regionalnych Instytucji otoczenia biznesu, krajowych organizacji zrzeszających przedsiębiorców. Zakłada się uczestnictwo 10 osób na każdym spotkaniu, w tym 3 przedstawicieli przedsiębiorców. Uczestnictwo interesariuszy na zasadzie otwartości i nieodpłatności. Wartość pozycji 55 000,00 PLN 6. Systematyczne uczestnictwo pracowników samorządowych i Stowarzyszenia w spotkaniach typu B2B, B2A oraz w wydarzeniach o charakterze gospodarczym. Na koszt systematycznego uczestnictwa pracowników samorządowych i Stowarzyszenia w spotkaniach typu B2B, B2A oraz wydarzeniach o charakterze gospodarczym składają się koszty: przejazdu do i z miejscowości w terminach umożliwiających udział w spotkaniu/ wydarzeniu, noclegów w hotelu maks. 3 gwiazdkowym zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków, koszty wyżywienia zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków, koszty opłat rejestracyjnych/ wstępu na teren targów. Planowana liczba spotkań/wydarzeń w trakcie projektu - 30, liczba planowanych noclegów - 40 (20 wyjazdów z noclegiem, 10 wyjazdów jednodniowych), liczba osób uczestniczących - 60 (2 osoby/wyjazd). Wartość pozycji 30 000,00 PLN 7. Publikacja wielojęzycznej wizytówki inwestycyjnej mikroregionu dystrybuowanej m.in. podczas wydarzeń Business In Mazury). Wartość pozycji 60 000,00 PLN Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Organizacja i udział w przedsięwzięciach o charakterze gospodarczym			
Business In Mazury	2,00	840 000,00	0,00



Okres realizacji 10.2017-12.2018.			
Zadanie polega na realizacji cyklu wydarzeń gospodarczych pod marką Business in Mazury.			
Zadanie obejmuje:			
1. Organizację cyklu 15 spotkań w okresie realizacji projektu; służących promocji gospodarczej regionu, linkowaniu przedsiębiorców, budowaniu łańcuchów powiązań / kooperacji podmiotów gospodarczych, dla zwiększenia skuteczności wymiany handlowej zakłada się uczestnictwo gości zagranicznych operujących, m.in. w branżach w ramach inteligentnych specjalizacji oraz zaproszenie przedstawicieli krajowych i regionalnych instytucji zrzeszających przedsiębiorców w ramach przedmiotowych branż oraz instytucji wspierających rozwój biznesu. Zakłada się także udział przedstawicieli instytucji rynku pracy, placówek oświatowych oraz szkół wyższych.			
Koszty organizacji cyklu spotkań obejmują:			
- transport i zakwaterowanie gości zagranicznych,			
- wyżywienie uczestników,			
- zapewnienie moderatorów, panelistów, prelegentów, przedstawicieli krajowych i regionalnych instytucji wspierających rozwój biznesu,			
- organizację paneli branżowych w ramach inteligentnych specjalizacji,			
- uczestnictwo przedstawicieli misji przyjazdowych,			
- wydruk materiałów na spotkania,			
- zapewnienie usług tłumacza (w zależności od potrzeb),			
- przygotowanie elektronicznej publikacji zawierającej podsumowanie spotkań.			
Łączna liczba uczestników: 300 osób (20 osób/spotkanie).			
Wartość pozycji: 90 000,00 PLN.			
2. Organizację cyklu dwudniowych konferencji (3 w okresie realizacji projektu), obejmującego m.in.:			
- rekrutację uczestników,			
- zakwaterowanie,			
- wyżywienie uczestników,			
- zapewnienie moderatorów / panelistów / prelegentów / przedstawicieli krajowych i regionalnych instytucji wspierających rozwój biznesu,			
- organizację paneli branżowych w ramach inteligentnych specjalizacji oraz panelu międzybranżowego – rynek pracy,			
- organizację stolików biznesowych,			
- uczestnictwo przedstawicieli misji przyjazdowych (działania realizowane w ramach zadania: Działania promocyjne nakierowane na inwestorów i kontrahentów zagranicznych),			
- wydruk materiałów konferencyjnych oraz produkcję gadżetów promocyjnych,			
- zapewnienie usług tłumacza (w zależności od potrzeb),			
- przygotowanie elektronicznej publikacji zawierającej roczne podsumowanie wydarzeń w ramach Business in Mazury.			
Łączna liczba uczestników: 300 osób (100 osób/konferencja).			
Wartość pozycji: 750 000,00 PLN			
Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Działania promocyjne			
Działania promocyjne nakierowane na inwestorów i kontrahentów zagranicznych	1.00	1 710 000.00	0.00
Okres realizacji 08.2017- 12.2018			
Zakres zadania obejmuje:			
1. Realizację cyklu przyjazdowych misji gospodarczych (w szczególności podczas wydarzeń organizowanych w ramach Business in Mazury). W celu skutecznej organizacji misji przyjazdowych nawiązana zostanie współpraca z instytucjami wyspecjalizowanymi we wspieraniu działań na rzecz internacjonalizacji działalności polskich przedsiębiorstw oraz przyciąganiu inwestorów.			
Na koszty zadania składa się:			
• Zabezpieczenie logistyczne misji gospodarczej, w tym: transport, ubezpieczenie uczestników, zakwaterowanie, wyżywienie, Wartość: 767 500 zł			
• Promocję organizowanych i misji oraz ich efektów w zagranicznych mediach, obejmującą prasę oraz media elektroniczne, w tym blogi o charakterze gospodarczym, Wartość: 300 000 zł			
• Obsługę przyjazdowej misji gospodarczej w zakresie zapewnienia tłumaczenia ustnego symultankowego i konsekwentnego, Wartość: 112 500 zł;			
• Organizację spotkań B2B oraz zapewnienie uczestnictwa w nich przedsiębiorców działających na obszarze KWJM, w tym: wynajem sal na spotkania, poczęstunek, moderator, produkcja materiałów na spotkania, transport uczestników, usługi tłumacza, publikacja podsumowująca spotkania, Wartość: 247 600 zł;			
• Organizację wizyt studyjnych w przedsiębiorstwach, samorządach, IOB, w tym: transport uczestników, poczęstunek, materiały informacyjne, usługi tłumacza, publikacja podsumowująca wizyty, Wartość: 247 500 zł;			
• Prowadzenie list obecności, opracowanie i przygotowanie pisemnego raportu podsumowującego misję Wartość: 15 000 zł;			
Zakłada się organizację 15 misji w okresie realizacji projektu, po 10 uczestników, łącznie 150 osób. Wartość pozycji: 1 710 000,00 PLN.			
Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Kampanie promocyjne/ medialne			
Badania trackingowe	2.00	570 000.00	0.00
Okres realizacji 08.2017 - 12.2018.			
Zadanie polega na przeprowadzeniu badań trackingowych. Obejmuje ono:			
1. Opracowanie metodologii badania, na podstawie której realizowane będzie badanie. Wartość pozycji 30 000,00 PLN.			
2. Przeprowadzenie badania (raz w roku, podobnym okresie czasu). Wielkość próby badawczej w poszczególnych grupach będzie przedmiotem wypracowanej metodyki z założeniem konieczności jej reprezentatywności (zakłada się, że minimalna łączna próba wyniesie 2 000 osób). Wyniki badań będą publikowane w postaci raportu w ramach Systemu Informacji Gospodarczej (będą ogólnodostępne dla wszystkich odbiorców). Badania będą mierzyć siłę i wartość regionu Mazury, jego atrakcyjność inwestycyjną oraz gospodarczą, rozpoznawalność atrybutów regionu, rozpoznawalność przedsiębiorców z regionu oraz oceniane realizowane działania, przewidziane w ramach kampanii reklamowej. Wnioski z badań posłużą do doskonalenia zakresu i przekazu zakładanych działań promocyjnych. Wartość pozycji 540 000,00 PLN			
Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Działania PR w Polsce i zagranicą	3.00	1 851 000.00	0.00



Okres realizacji 10.2017-12.2019.			
Zadanie obejmuje działania PR oparte na media relations, realizowane przez cały okres trwania projektu, a kulminacją działań będzie powiązana z kampaniami reklamowymi. Działanie realizowane w trzech etapach.			
1. Etap I: KWJM. Więcej niż turystyka (ramy czasowe 10.2017 – 12.2017). rozpoczyna się projekt promocji gospodarczej obszaru wartość ogółem 200 000,00 PLN.			
Narzędzia:			
Komunikacja w prasie ogólnopolskiej:			
- (Earned media) – pozyskanie publikacji w prasie i Internecie dotyczących wydarzeń na podstawie informacji prasowych wartość 30 000,00 PLN. Stała obsługa 3 publikacje			
- (Paid media) – np. artykuły sponsorowane, cykl wywiadów w najważniejszych, najbardziej zasięgowych dziennikach i tygodnikach w kraju, 2 publikacje wartość 60 000,00 PLN.			
Komunikacja w TV ogólnopolskiej (paid media) Wystąpienie przedstawiciela Stowarzyszenia oraz samorządów z terenu KWJM oraz przedsięwzięć działających w branżach należących do regionalnych inteligentnych specjalizacji w kluczowych stacjach informacyjnych w trakcie pasm popołudniowych, 2 programy TV wartość 90 000,00 PLN.			
2. Etap II: KWJM. Idealne miejsce do inwestowania (ramy czasowe: 01.2018 – 12.2018). Cel działań komunikacyjnych. Prezentacja oferty inwestycyjnej KWJM oraz oferty w turystyce biznesowej oraz promocja 3 RIS jako kluczowych branż gospodarczych KWJM. Wartość ogółem 847 000,00 PLN			
Narzędzia:			
Organizacja wizyty studyjnej podczas Business In Mazury 2018 (polska grupa) dla: branżowych dziennikarzy polskich dziennikarzy zajmujących się tematyką ekonomiczną, inwestycjami w pismach o tematyce ogólnej (np. Polityka, Newsweek, Rzeczpospolita), wybranych blogerów zajmujących się tematyką gospodarki i finansów. Razem 15 osób. Wizyta połączona z wycieczką po KWJM i pokazaniem jej zróżnicowanego krajobrazu, zwiedzaniem regionu oraz poznaniem tradycyjnej mazurskiej kuchni. Na koszt składają się koszty: przejazdu do i z miejscowości w terminach umożliwiających udział w spotkaniu/wydarzeniu, noclegów w hotelu maks. 3 gwiazdkowym zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków, koszty wyżywienia zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków, koszty wynajmu sal na spotkania wraz z kosztami przerwy kawowych, koszty tłumacza. Wartość ogółem 37 000,00.			
Wysyłka kreatywna - zaproszenie dla dziennikarzy-uczestników wizyty studyjnej.Wartość ogółem 50 000 PLN.			
Earned oraz paid media.			
• Earned media: pozyskanie publikacji w prasie i Internecie dotyczących wydarzeń na podstawie informacji prasowych. Stała obsługa, 24 publikacje. Wartość ogółem 120 000,00 PLN			
• Paid media ogólnopolskie i zagraniczne: np. advertoriale (dziennik, tygodnik), cykl wywiadów z przedstawicielami samorządów w prasie branżowej – dziennik, miesięcznik. W prasie ogólnopolskiej 12 publikacji, w prasie zagranicznej 2 publikacje. Wartość ogółem prasa krajowa - 280 000,00 PLN; wartość ogółem prasa zagraniczna 160 000,00 PLN			
• Paid media (TV): Prezentacja w programie telewizyjnym o tematyce biznesowej Mazur jako nowopowstałego obszaru rozwoju biznesu, rozmowy z przedstawicielami samorządów KWJM, w 4 programach. Wartość ogółem 200 000,00 PLN			
3. Etap III: Znosimy bariery dla przedsiębiorczości. Na Mazurach, w Polsce i Europie (ramy czasowe: 01.2019 – 12.2019). Wzmocnienie wizerunku inkubatora przedsiębiorczości, który integruje przedsiębiorstwa w Regionie I – dając platformę komunikacji – pozwala na skuteczne lobbowanie i znoszenie barier w przedsiębiorczości na Mazurach, w Polsce i Europie. Wzmocnienie identyfikacji oferty inwestycyjnej KWJM oraz oferty w turystyce biznesowej. Promocja 3 RIS jako kluczowych branż gospodarczych KWJM. Wartość ogółem 804 000,00 PLN			
Narzędzia:			
Międzybranżowa konferencja „Barier w krajowej i unijnej gospodarce oraz sposoby przeciwdziałania im” (organizowana w ramach zadania Business in Mazury 2019) Na konferencję zostaną zaproszone eksperci polityczni i gospodarczy z Polski oraz Europy, przedsiębiorcy z obszaru KWJM, a także potencjalni inwestorzy.			
Wizyta studyjna. Organizacja wizyty studyjnej podczas Business in Mazury 2019 (zagraniczna grupa) dla dziennikarzy branżowych zagranicznych, dla dziennikarzy zajmujących się tematyką ekonomiczną, inwestycjami w pismach o tematyce ogólnej, wybranych blogerów zajmujących się tematyką gospodarki i finansów. Razem 15 osób. Wizyta połączona z wycieczką po KWJM i pokazaniem jej zróżnicowanego krajobrazu, zwiedzaniem regionu oraz poznaniem tradycyjnej mazurskiej kuchni. Na koszt składają się koszty: przejazdu do i z miejscowości w terminach umożliwiających udział w spotkaniu/wydarzeniu, noclegów w hotelu maks. 3 gwiazdkowym zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków, koszty wyżywienia zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków, koszty wynajmu sal na spotkania wraz z kosztami przerwy kawowych, koszty tłumacza. Wartość ogółem 74 000,00 PLN			
Współpraca z Izdami Handlowymi. Organizacja prezentacji rezultatów podjętych działań w Izbach Handlowych w Polsce. Organizacja prezentacji rezultatów podjętych działań w kluczowych krajach z punktu widzenia ekspansji mazurskich produktów i usług. Udział w zagranicznych konferencjach i targach, celem nawiązania kontaktów biznesowych przez przedstawicieli samorządów oraz Stowarzyszenia WJM 2020 (4 wyjazdy zagraniczne dla 2 osób/wyjazd).			
Na koszt udziału w zagranicznych konferencjach i targach składają się koszty:			
- przejazdu do i z miejscowości/ kraju docelowego w terminach umożliwiających udział w spotkaniu/wydarzeniu,			
-noclegów w hotelu maks. 3 gwiazdkowym zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków,			
-koszty wyżywienia zgodnie z wytycznymi w sprawie kwalifikowalności wydatków,			
-koszty opłat rejestracyjnych/wstępu na teren targów,			
-koszty ubezpieczenia osób uczestniczących.			
Wartość ogółem 50 000,00 PLN.			
Earned oraz paid media.			
• Earned media (media relations): pozyskanie publikacji w prasie i Internecie dotyczących wydarzeń na podstawie informacji prasowych. Stała obsługa, 24 publikacje.			
• Paid media: publikacje np. insertów i advertoriale w najważniejszych tytułach polskich i zagranicznych (np. dzienniki, tygodniki opinii, miesięczniki ogólne i branżowe). W prasie polskiej, 3 publikacje, w prasie zagranicznej, 8 publikacji.			
Wartość poszczególnych działań			
Działania media relations 120 000,00 PLN			
Prasa ogólnopolska 60 000,00 PLN			
Prasa zagraniczna 500 000,00 PLN			
Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Film i folder promocyjny	2.00	300 000.00	0.00
Okres realizacji II kw.2018			
Zadanie obejmuje:			
1. Zrealizowanie filmu promocyjnego prezentującego inteligentną specjalizację – ekonomia wody w zakresie potencjału dla turystyki biznesowej KWJM, jako doskonałego miejsca na zorganizowanie spotkań oraz konferencji. Film będzie ukazywał kompaktowy charakter regionu, prezentować w ciekawy, interesujący i unikalny sposób atmosferę oraz możliwości gospodarczego regionu. Film będzie stworzony w dwóch wersjach: skróconej (60") pełnej (3-5 min.), w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Wartość pozycji 250 000,00 PLN			
2. Stworzenie folderu promocyjnego zawierający ofertę turystyki biznesowej na Mazurach.Wartość pozycji 50 000,00 PLN.			
Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Media społecznościowe	1.00	146 000.00	0.00
Okres realizacji 08.2017- 09.2019			
Zadanie obejmuje reklamę w mediach społecznościowych.			
Na koszty zadania składają się działania reklamowe na kanałach Twitter, LinkedIn, Facebook. W przypadku tego pierwszego, to jest on bardzo skuteczny w dotarciu do decydentów, liderów opinii oraz odbiorców usług, a LinkedIn stanowić będzie silne wsparcie w dotarciu do osób w wolnych zawodach. To z tego powodu zostanie wykorzystany podczas promocji zagranicznej. W przypadku Facebooka, to jest on bardzo skuteczny w budowaniu świadomości do bardzo szerokiego grona odbiorców. Z tego względu wydaje się na bardziej odpowiedni do polskiego odbiorcy.			
Kampanie reklamowe:			
• Facebook: wzrost organicznej strony na Facebooku pozwala zebrać optymalną grupę docelową, najbardziej zainteresowaną komunikowaną tematyką. Skuteczną formą dotarcia z komunikatem jest pozyskanie nowych fanów rozproszonych terytorialnie, a następnie płatne wspieranie wysokiej jakości treści:			
o Etap 1 – pozyskanie „rozproszonych” fanów. Reklama typu „PageLike” powinna być skierowana do osób zainteresowanych tematyką, ale nie powinny to być osoby, których znajomi polubili fanpage. Dzięki temu otwieramy się na nowe grupy osób. Dzięki możliwościom reklamowym jakie daje nam narzędzie FacebookAds, będzie tworzyć osobne i odrębne kreacje dla każdej grupy potencjalnych odbiorców w podziale na komunikację w Polsce i za granicą.			
o Etap 2 – szerzenie treści merytorycznych. Po pozyskaniu odpowiedniej grupy fanów, można rozpocząć promowanie treści, które będą miały za zadanie budowanie wizerunku KWJM. Ekspozycja treści zamieszczanych na stronie internetowej pozwoli jeszcze bardziej ukazać bogactwo merytoryczne i korzyści. W tym celu wykorzystamy możliwość reklamy typu „Page post engagement”, czyli płatne promowanie wpisów. Przejście przez cykl rozrastania społeczności, a następnie docierania z płatną promocją wpisów, będzie realizowane trzykrotnie, by zsynchronizować kampanie w mediach społecznościowych z pozostałymi działaniami reklamowymi.			
• Twitter: wzrost społeczności na Twitterze jest najmniej przewidywalny z wszystkich trzech omawianych kanałów. Zasada komunikacji będzie zblizona do nadrzędnej reguły budowania grupy odbiorców, a następnie docieranie z wspartym płatnie komunikatem. W przypadku Twitter, w pierwszej kolejności podjęte zostaną działania w celu wzrostu liczby obserwujących poprzez reklamę typu „Followers” a następnie promowanie będą poszczególne tweety poprzez reklamę typu „Awareness”.			
• LinkedIn: w przypadku komunikacji na LinkedIn, nadrzędnym sposobem docierania z treściami reklamowymi będzie wykorzystanie reklam „Sponsored Content” w celu budowy odpowiednio dużego zasięgu komunikacji. W trakcie wybranych kampanii reklamowych, planowane będą reklamy typu „TextAds”, które będą promowały konkretnie ofertę inwestycyjną. Mamy zatem do czynienia z dwoma rodzajami reklamy, czyli budowanie zasięgu oraz promowanie konkretnych treści.			
Zasięgi (należy liczyć się z faktem, iż w trakcie realizacji projektu, formy reklamowe oraz wybrane współczynniki konwersji mogą ulec zmianie; na tak dynamicznie zmieniającym się rynku długofalowe planowanie obciążone jest dość dużym ryzykiem):			
• Facebook (zasięg: 2 500 000, nowych fanów: 12 500),			
• Twitter(nowi obserwujący: 8 750),			
• LinkedIn (nowi obserwujący: 5 833).			
Wartość pozycji 146 000,00 PLN			
Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.			
Ogólnopolska kampania reklamowa	3.00	4 528 264.71	211 735.29



Okres realizacji 09.2017-12.2019.

Zadanie polega na zakupie jednej usługi w zakresie zaplanowania kampanii, przygotowania kreacji, zakupu mediów oraz realizacji kampanii w trzech odsłonach kampanii promocyjnej (2018, 2019)

Zadanie składa się z trzech etapów:

1. I etap – kampania ogólnopolska – wizerunkowa(04-05.2018); promocja KWJM jako atrakcyjnego regionu pod względem możliwości rozwoju biznesu, przedstawiającym przewagę konkurencyjną z uwzględnieniem kluczowych dla regionu 3 RIS KWJM. Więcej niż turystyka. Wartość pozycji: 1 990 000,00 PLN, w tym koszty niekwalifikowane finansowane przez partnerów projektu w wys. 211 735,25zł.

Na kampanię składają się następujące wydatki

Prasa Wartość pozycji 160 000,00 PLN

Internet Wartość pozycji 350 000,00 PLN

Spot reklamowy Wartość pozycji 220 000,00 PLN

TV Wartość pozycji 1 200 000,00 PLN

2. II etap – kampania ogólnopolska funkcjonalno-produktowa(09-11.2018); utrwalenie pozytywnego komunikatu na temat wyjątkowych właściwości Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Pokazanie przewag konkurencyjnych w zakresie gospodarki i zachęcanie do inwestowania na terenie WJM. Zaintrygowanie odbiorcy KWJM – inspiracja do zapoznania się z ofertą SIG, w tym przede wszystkim ofertą inwestycyjną, a także ofertą turystyki biznesowej. Wartość pozycji: 1 400 000,00

Na kampanię składają się następujące wydatki

Prasa 270 000,00 PLN

Radio 400 000,00 PLN

TV 250 000,00 PLN

Internet 280 000,00 PLN

Product placement 200 000,00 PLN

3. III etap – kampania ogólnopolska funkcjonalno-produktowa(02-05.2019); Utrwalenie pozytywnego komunikatu na temat wyjątkowych właściwości Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Pokazanie przewag konkurencyjnych w zakresie gospodarki i zachęcanie do inwestowania na terenie WJM. Zaintrygowanie odbiorcy KWJM – inspiracja do zapoznania się z ofertą SIG, w tym przede wszystkim ofertą inwestycyjną, a także ofertą turystyki biznesowej. Wartość pozycji: 1 410 000,00

Prasa 260 000,00 PLN

Radio 400 000,00 PLN

TV 250 000,00 PLN

Internet 1300 000,00 PLN

Product placement 200 000,00 PLN

Zastosowane zostaną następujące narzędzia:

- Prasa, w tym np. dzienniki ogólnopolskie, tygodniki opinii, magazyny lifestyle'owe, prasa branżowa

- Internet – np. formy displayowe na portalach biznesowych, finansowych, informacyjnych, content marketing – publikacja artykułów na portalach biznesowych

- Product placement – niestandardowa forma komunikacji;

- Radio - Spot 30 sekund, stacje informacyjno-biznesowe np. PR Trójka (6 tygodni), TOK FM (6 tygodni) –

- TV, 60 sek. biznes folder, np. w TVN 24 i BiŚ

Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych) w trybie przetargu nieograniczonego. Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w zgodnym z zawartą umową partnerską.

Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej (SIW)	1.00	150 000,00	0,00
---	------	------------	------

Okres realizacji 09.2017-12.2017

Zadanie obejmuje:

1. opracowaniu systemu identyfikacji wizualnej (SIW) i ma na celu dysponowanie spójnym system prezentacji komunikatu. tak aby np. forma spotu telewizyjnego była spójna z projektem graficznym wysyłanych zaproszeń na konferencje czy spotkania B2B, a także wizytówkami, stroną www, oprawą mediów społecznościowych. Będzie to budować wiarygodność KWJM, wskazywać na profesjonalizm podejmowanych działań oraz zwiększyć ich skuteczność i pozwoli skutecznie budować lokalną tożsamość marki (rozpoznawalność w grupie lokalnych przedsiębiorców, mieszkańców), co ma istotne znaczenie z punktu widzenia jej docelowego potencjału. Poprzez konsekwentne stosowanie zintegrowanych projektów wzorniczych we wszystkich kanałach komunikacji marki zostanie ona utrwalona w środowisku lokalnego biznesu, a przedsiębiorcy będą się z nią identyfikować. Docelowo zakładana jest, aby logotypem marki lokalne przedsiębiorstwa sygnowały swoje produkty lub przestrzenie świadczenia usług, co wpłynie na promocję obszaru KWJM na rynku krajowym i zagranicznym. Wartość pozycji 150 000,00 PLN.

Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.

Regularna publikacja i dystrybucja wydawnictw promocyjnych	1.00	180 000,00	0,00
--	------	------------	------

Okres realizacji 07.2017- 12.2019

Zadanie obejmuje:

1. Opracowanie, publikację i regularną dystrybucję wydawnictwa promocyjnego w postaci folderu/gazetki w układzie i na papierze gazetowym a wydawnictwo w założeniu ma być niskobudżetowe (w sensie pojedynczego egzemplarza). Głównym celem jest produkcja możliwie wysokich nakładów, tak aby można było realizować maksymalnie szeroką dystrybucję w odniesieniu do wszystkich kierunków zaplanowanych w ramach projektu. Matryca publikacji (głównie sekcje / zakres informacji) będzie powtarzalna w cyklu wydawniczym, wymagana będzie jednak coroczna aktualizacja poszczególnych treści. Planuje się 3 edycje publikacji, powtarzane w cyklu rocznym.

Planowany nakład publikacji to 100 000 szt. w każdym roku, czyli 300 000 szt. dla całego okresu realizacji projektu.

Wartość pozycji 180 000,00 PLN

Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.

Szkolenia (w ramach cross finansingu)	1.00	96 000,00	0,00
---------------------------------------	------	-----------	------

Okres realizacji 12.2017-09.2018

W ramach zadania przewiduje się realizację 8 szkoleń w następujących obszarach tematycznych:

1. Wdrożenie Systemu Informacji Gospodarczej – obszar ten powinien obejmować obsługę systemu informatycznego oraz planowanych narzędzi w tym Systemie.

2. Wdrożenie Mazurskiego Systemu Obsługi Inwestora i Eksportera – obszar ten powinien obejmować szkolenia w formie warsztatowej z zasad i standardów obsługi inwestora i eksperta, które będą jednolite dla wszystkich gmin uczestniczących w projekcie

3. Tworzenie informacji przestrzennych i tworzenie baz ofert inwestycyjnych, w tym , w kontekście MSOIE – szkolenia z zasad gromadzenia, przetwarzania i generowania informacji przestrzennych, właściwego korzystania i zarządzania nimi, jako istotnego elementu tworzenia oferty inwestycyjnej i pozyskiwania inwestorów

4. Skuteczne pozyskiwanie inwestorów, w kontekście MSOIE – w tym bloku szkoleniowym kluczowe jest określenie sposobu pozyskiwania inwestorów, z rozróżnieniem na Inwestorów polskich i zagranicznych, specyfiki poszczególnych rynków zagranicznych, różnic międzykulturowych oraz branż gospodarczych.

5. Zarządzanie projektami inwestycyjnymi, w ramach MSOIE – celem tego obszaru jest m.in. pozyskanie umiejętności w zakresie zarządzania projektami inwestycyjnymi, właściwe wyznaczanie celów, umiejętność właściwego określenia Kluczowych Czynników Sukcesu (KCS), zastosowanie właściwych narzędzi i technik w zarządzaniu projektami inwestycyjnymi.

6. Umiejętności interpersonalne – obszar ten powinien pozwolić pozyskać kompetencje m.in.: w zakresie skutecznej obsługi klientów, komunikacji, w tym komunikacji międzykulturowej oraz negocjacji.

7. Efektywna współpraca B2A oraz wspieranie rozwoju współpracy B2B – obszar ten powinien dać pracownikom obsługującym przedsiębiorców, umiejętności w zakresie skutecznej i efektywnej współpracy pomiędzy biznesem a administracją oraz pomiędzy przedsiębiorcami, mając na względzie rolę tych pracowników jako koordynatorów oraz integratorów w współpracy.

8. Narzędzia skutecznej promocji gospodarczej, w tym roli nowych mediów w promocji - blok ten powinien dotyczyć pozyskania kompetencji i umiejętności korzystania z nich w obszarze marketingu terytorialnego oraz sprzedaży w oparciu o skuteczne narzędzia marketingowe w promocji gospodarczej.

Uczestnikami będą 24 pracowników gmin i Stowarzyszenia (po 2 osoby ze strony Lidera i każdego z Partnerów), którzy będą zaangażowani w proces obsługi przedsiębiorców oraz odpowiedzialnych za pozyskiwanie inwestycji i inwestorów. Planowana formuła realizacji to 2-dniowe szkolenia w ramach każdego z obszarów tematycznych. Łącznie w ramach projektu planowana jest realizacja 128 godzin szkoleniowych (4x 8 godzin/dzień szkoleniowy)

Wartość pozycji 96 000,00 PLN

Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych) . Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.

Koszty pośrednie			
------------------	--	--	--

Wzrostanie kompetencji osób zaangażowanych we wdrożenie Projektu

Wzrostanie kompetencji osób zaangażowanych we wdrożenie Projektu	1.00	96 000,00	0,00
--	------	-----------	------

W ramach zadania przewiduje się realizację 8 szkoleń w następujących obszarach tematycznych:

1. Wdrożenie Systemu Informacji Gospodarczej – obszar ten powinien obejmować obsługę systemu informatycznego oraz planowanych narzędzi w tym Systemie.

2. Wdrożenie Mazurskiego Systemu Obsługi Inwestora i Eksportera – obszar ten powinien obejmować szkolenia w formie warsztatowej z zasad i standardów obsługi inwestora i eksperta, które będą jednolite dla wszystkich gmin uczestniczących w projekcie

3. Tworzenie informacji przestrzennych i tworzenie baz ofert inwestycyjnych, w tym , w kontekście MSOIE – szkolenia z zasad gromadzenia, przetwarzania i generowania informacji przestrzennych, właściwego korzystania i zarządzania nimi, jako istotnego elementu tworzenia oferty inwestycyjnej i pozyskiwania inwestorów

4. Skuteczne pozyskiwanie inwestorów, w kontekście MSOIE – w tym bloku szkoleniowym kluczowe jest określenie sposobu pozyskiwania inwestorów, z rozróżnieniem na Inwestorów polskich i zagranicznych, specyfiki poszczególnych rynków zagranicznych, różnic międzykulturowych oraz branż gospodarczych.

5. Zarządzanie projektami inwestycyjnymi, w ramach MSOIE – celem tego obszaru jest m.in. pozyskanie umiejętności w zakresie zarządzania projektami inwestycyjnymi, właściwe wyznaczanie celów, umiejętność właściwego określenia Kluczowych Czynników Sukcesu (KCS), zastosowanie właściwych narzędzi i technik w zarządzaniu projektami inwestycyjnymi.

6. Umiejętności interpersonalne – obszar ten powinien pozwolić pozyskać kompetencje m.in.: w zakresie skutecznej obsługi klientów, komunikacji, w tym komunikacji międzykulturowej oraz negocjacji.

7. Efektywna współpraca B2A oraz wspieranie rozwoju współpracy B2B – obszar ten powinien dać pracownikom obsługującym przedsiębiorców, umiejętności w zakresie skutecznej i efektywnej współpracy pomiędzy biznesem a administracją oraz pomiędzy przedsiębiorcami, mając na względzie rolę tych pracowników jako koordynatorów oraz integratorów w współpracy.

8. Narzędzia skutecznej promocji gospodarczej, w tym roli nowych mediów w promocji - blok ten powinien dotyczyć pozyskania kompetencji i umiejętności korzystania z nich w obszarze marketingu terytorialnego oraz sprzedaży w oparciu o skuteczne narzędzia marketingowe w promocji gospodarczej.

Uczestnikami będą 24 pracowników gmin i Stowarzyszenia (po 2 osoby ze strony Lidera i każdego z Partnerów), którzy będą zaangażowani w proces obsługi przedsiębiorców oraz odpowiedzialnych za pozyskiwanie inwestycji i inwestorów. Planowana formuła realizacji to 2-dniowe szkolenia w ramach każdego z obszarów tematycznych. Łącznie w ramach projektu planowana jest realizacja 128 godzin szkoleniowych (4x 8 godzin/dzień szkoleniowy)

Wartość pozycji 96 000,00 PLN

Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych) . Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.

Koszty pośrednie			
------------------	--	--	--

Wzrostanie kompetencji osób zaangażowanych we wdrożenie Projektu

Wzrostanie kompetencji osób zaangażowanych we wdrożenie Projektu	1.00	96 000,00	0,00
--	------	-----------	------

W ramach zadania przewiduje się realizację 8 szkoleń w następujących obszarach tematycznych:

1. Wdrożenie Systemu Informacji Gospodarczej – obszar ten powinien obejmować obsługę systemu informatycznego oraz planowanych narzędzi w tym Systemie.

2. Wdrożenie Mazurskiego Systemu Obsługi Inwestora i Eksportera – obszar ten powinien obejmować szkolenia w formie warsztatowej z zasad i standardów obsługi inwestora i eksperta, które będą jednolite dla wszystkich gmin uczestniczących w projekcie

3. Tworzenie informacji przestrzennych i tworzenie baz ofert inwestycyjnych, w tym , w kontekście MSOIE – szkolenia z zasad gromadzenia, przetwarzania i generowania informacji przestrzennych, właściwego korzystania i zarządzania nimi, jako istotnego elementu tworzenia oferty inwestycyjnej i pozyskiwania inwestorów

4. Skuteczne pozyskiwanie inwestorów, w kontekście MSOIE – w tym bloku szkoleniowym kluczowe jest określenie sposobu pozyskiwania inwestorów, z rozróżnieniem na Inwestorów polskich i zagranicznych, specyfiki poszczególnych rynków zagranicznych, różnic międzykulturowych oraz branż gospodarczych.

5. Zarządzanie projektami inwestycyjnymi, w ramach MSOIE – celem tego obszaru jest m.in. pozyskanie umiejętności w zakresie zarządzania projektami inwestycyjnymi, właściwe wyznaczanie celów, umiejętność właściwego określenia Kluczowych Czynników Sukcesu (KCS), zastosowanie właściwych narzędzi i technik w zarządzaniu projektami inwestycyjnymi.

6. Umiejętności interpersonalne – obszar ten powinien pozwolić pozyskać kompetencje m.in.: w zakresie skutecznej obsługi klientów, komunikacji, w tym komunikacji międzykulturowej oraz negocjacji.

7. Efektywna współpraca B2A oraz wspieranie rozwoju współpracy B2B – obszar ten powinien dać pracownikom obsługującym przedsiębiorców, umiejętności w zakresie skutecznej i efektywnej współpracy pomiędzy biznesem a administracją oraz pomiędzy przedsiębiorcami, mając na względzie rolę tych pracowników jako koordynatorów oraz integratorów w współpracy.

8. Narzędzia skutecznej promocji gospodarczej, w tym roli nowych mediów w promocji - blok ten powinien dotyczyć pozyskania kompetencji i umiejętności korzystania z nich w obszarze marketingu terytorialnego oraz sprzedaży w oparciu o skuteczne narzędzia marketingowe w promocji gospodarczej.

Uczestnikami będą 24 pracowników gmin i Stowarzyszenia (po 2 osoby ze strony Lidera i każdego z Partnerów), którzy będą zaangażowani w proces obsługi przedsiębiorców oraz odpowiedzialnych za pozyskiwanie inwestycji i inwestorów. Planowana formuła realizacji to 2-dniowe szkolenia w ramach każdego z obszarów tematycznych. Łącznie w ramach projektu planowana jest realizacja 128 godzin szkoleniowych (4x 8 godzin/dzień szkoleniowy)

Wartość pozycji 96 000,00 PLN

Wartość pozycji oszacowano na podstawie obowiązujących cen rynkowych i doświadczenia Wnioskodawcy. Wybór zostanie dokonany zgodnie z PZP (Prawo Zamówień Publicznych) . Całkowity koszt zadania pokryty zostanie przez Partnerów projektu w podziale zgodnym z zawartą umową partnerską.

Mikołaj Jaki, Dł., 2017-06-27

miejsowość i data

Skarbnik Zarządu
Oliwia Stępień
podpis Wnioskodawcy

